

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menguji tentang bagaimana pengaruh kesadaran halal, sikap konsumen muslim dan Religiositas terhadap *purchase intention*. Objek penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen). Yang menjadi variabel dependen (Y) adalah *purchase intention*, sedangkan yang menjadi variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kesadaran halal, sikap konsumen muslim dan Religiositas. Adapun subjek penelitiannya adalah mahasiswi muslim Universitas Pendidikan Indonesia yang pernah dan atau tertarik untuk menggunakan kosmetik asal Korea Selatan.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sekaran & Bogie (2016) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dimana deskriptif dapat didefinisikan sebagai suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan suatu penelitian biasanya dapat berupa penjelasan karakteristik atau fungsi. Sedangkan kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian untuk menganalisis data biasanya berbentuk angka. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesadaran halal, sikap konsumen muslim, dan religiositas mahasiswi muslim UPI terhadap niat beli pada produk kosmetik asal Korea Selatan dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

3.3 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Dimana tujuan dari desain kausalitas adalah untuk menemukan hubungan antar variabel apakah saling memiliki pengaruh atau tidak sehingga hasilnya dapat diketahui mana variabel yang mempengaruhi dan variabel yang terpengaruhi (Arikunto, 2014).

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel dapat didefinisikan sebagai batasan lingkup variabel-variabel yang akan diamati atau diteliti sehingga dapat mengarahkan kepada proses pengamatan atau pengukuran terhadap variabel-variabel yang bersangkutan (Notoatmodjo, 2018). Pada bagian ini akan dijelaskan secara deskriptif mengenai definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi variabel Kesadaran Halal (X_1), Sikap Konsumen (X_2), Religiositas (X_3) dan *Purchase Intention* (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep	Indikator	Instrumen	Skala
Kesadaran Halal Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman seorang muslim tentang makna halal secara utuh, mengetahui proses produksi yang benar sesuai syariat, dan memprioritaskan untuk mengonsumsi produk halal. (Yunus, Rashid, Ariffin, & Rashid, 2014), (Shaari & Arifin, 2010).	Soliditas	Mendapat informasi bahwa setiap produk yang dibeli harus halal. <hr/> Meyakini saat mengonsumsi produk yang tidak halal merupakan perbuatan dosa. <hr/> Selalu mengonsumsi produk halal.	Interval
	Kepastian	Mengetahui ada sebagian produk yang dianggap makruh. <hr/> Mengetahui Islam tidak menganjurkan untuk mengonsumsi produk yang makruh. <hr/> Menghindari produk yang <i>syubhat</i> atau masih belum jelas status kehalalannya. <hr/> Hanya membeli jika proses produksinya sesuai syariat islam. <hr/> Tidak akan membeli atau menggunakan produk jika ragu dengan kandungan bahannya	Interval

Konsep	Indikator	Instrumen	Skala
	Kehalalan	Mengganti produk non halal atau <i>syubhat</i> dengan produk yang sudah memiliki sertifikasi halal. Memilih untuk membeli produk halal walaupun harganya cukup mahal.	Interval
	Pengetahuan	Mengetahui setiap zat kandungan produk yang <u>dilarang dikonsumsi</u> . Memahami makna hukum halal dalam islam.	Interval
Sikap Konsumen Sikap merupakan suatu kecenderungan individu untuk merasakan, memahami, bereaksi, dan berperilaku terhadap suatu objek yang merupakan hasil dari interaksi komponen kognitif, afektif, dan konatif baik secara positif maupun negatif. (Sarwono & Meinarno, 2017)	Kognitif	Membeli karena memiliki pengetahuan mengenai produk. Menggunakan suatu produk adalah pilihan pribadi.	Interval
	Afektif	Membeli karena menyukai produk tersebut. Adanya keyakinan produk relatif aman untuk digunakan setiap saat. Kebanyakan orang menganggap produk kosmetik asal Korea Selatan itu penting.	Interval
	Konatif	Adanya keinginan kuat untuk membeli produk tersebut. Adanya kesamaan manfaat produk dengan apa yang ditawarkan melalui media promosinya. Adanya kemudahan dalam menjangkau produk yang akan dibeli.	Interval
Religiositas Religiositas merupakan sejauh mana seseorang menganut nilai-nilai agama, kepercayaan dan praktiknya, dan menggunakannya	<i>Hablumminallah</i>	Tingkat pengetahuan keimanan dan ibadah Tingkat sikap terhadap keimanan dan ibadah Tingkat pengamalan keimanan dan ibadah	Interval

Fajar Wulan Ardiani, 2021

PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP KONSUMEN MUSLIM, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK KOSMETIK KOREA SELATAN (SURVEI PADA MAHASISWI MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Konsep	Indikator	Instrumen	Skala
dikehidupan sehari-hari yang tercermin ke dalam perilaku <i>habluminnallah</i> , <i>habluminnanah</i> , <i>habluminnanafsi</i> (Aisyah, 2014), (Juliana, 2017)	<i>Habluminnanah</i>	Perilaku Islam terhadap sesama manusia.	Interval
		Perilaku Islam terhadap alam sekitar.	
Purchase Intention <i>Purchase Intention</i> atau niat beli merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum benar-benar melakukan pembelian. (Schiffman & Kanuk, 2014)	<i>Habluminnanafsi</i>	Perilaku Islam terhadap diri sendiri	Interval
	Pencarian Informasi	Saya mencari informasi terhadap produk kosmetik asal Korea Selatan	Interval
	Pengetahuan	Saya ingin mengetahui lebih dalam tentang produk kosmetik asal Korea Selatan	Interval
	Pertimbangan	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk kosmetik asal Korea Selatan	Interval
	Ketertarikan	Saya tertarik untuk mencoba produk kosmetik asal Korea Selatan	Interval
	Pembelian	Saya mengetahui produk tersebut baik, maka saya ingin memiliki produk kosmetik asal Korea Selatan	Interval

Sumber: Diolah Peneliti, (2019)

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan himpunan subjek yang berada dalam wilayah penelitian (Sekaran & Bogie, 2016). Sedangkan menurut Ferdinand (2014) merupakan gabungan seluruh elemen yang dapat berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian penelitian karena hal itu dipandang sebagai seluruh semesta penelitian. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka populasi yang dituju dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi muslim aktif yang sedang menempuh Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia kampus Bumi Siliwangi Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia terdiri dari delapan fakultas yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra (FPBS),

Fajar Wulan Ardiani, 2021

PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP KONSUMEN MUSLIM, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK KOSMETIK KOREA SELATAN (SURVEI PADA MAHASISWI MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD), Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FPMIPA), Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan (FPTK), Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK), dan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB).

Menurut data yang diperoleh melalui Direktorat Akademik Universitas Pendidikan Indonesia bahwa mahasiswa muslim aktif dengan jenjang S1 keseluruhan berjumlah 12.470 orang pada tahun 2019/2020. Dalam hal ini populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak mungkin meneliti secara keseluruhan sebagai objek penelitian yang apabila dilakukan seluruhnya akan menghabiskan banyak sumber daya, seperti tenaga, waktu dan dana. Atas dasar pertimbangan inilah agar mencapai efisiensi penelitian maka hanya dilakukan pada sebagian populasi saja. Sebagian populasi inilah yang disebut dengan sampel kemudian hasil kesimpulan yang diperoleh dapat diberlakukan secara umum bagi populasi.

3.3.2.2 Sampel Penelitian

Pada dasar penelitian, sampel merupakan sebagian yang mewakili dari populasi. Dengan demikian teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian sehingga dapat memperoleh karakteristik yang dikehendaki (Legowati & Albab, 2019). Dimana dalam pemilihan sampel, peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu sehingga kriteria yang menjadi tujuan sampel ditentukan oleh peneliti. Dengan demikian dalam penelitian ini, kriteria yang akan dijadikan sampel oleh peneliti diambil berdasarkan kebutuhan dan subjektivitas. Berikut kriteria yang dijadikan sampel penelitian :

- a. Mahasiswa aktif Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi dan memeluk agama Islam.
- b. Mewakili setiap fakultas di Universitas Pendidikan Indonesia.
- c. Pernah dan atau tertarik untuk menggunakan produk kosmetik Korea Selatan.

Ukuran sampel sangat ditentukan oleh besarnya ukuran populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada

rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% sebagai berikut (Slamet & Aglis, 2020) :

$$n = \frac{Z^2 1 - \frac{\alpha}{2} \times p(1 - p) \times N}{d^2(N - 1) + Z^2 1 - \frac{\alpha}{2} \times p(1 - p)}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

P = estimasi proporsi (50%)

$Z^2 - 1 \alpha / 2$ = derajat kepercayaan 95% (1,96 untuk $\alpha = 0,05$)

d = tingkat presisi atau *margin of error* (9%)

Sehingga perhitungan jumlah responden menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% menghasilkan sebanyak 117 responden. Namun dalam penelitian ini jumlah responden ditingkatkan sekitar 36,5% sehingga total responden menjadi sampel penelitian ini sebanyak 160 responden.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dilakukan sebagai penunjang pelaksanaan sebuah penelitian dan pengujian pada hipotesis, maka diperlukan untuk memilih teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data agar memperoleh hasil yang akurat. Berikut teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti:

- 1) Kuisisioner (Angket) merupakan cara pengumpulan data dengan membagikan daftar pernyataan kepada responden sehingga diperoleh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Pada teknik ini peneliti menggunakan kuisisioner dengan format *google form* yang disebarkan kepada 160 responden.
- 2) Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan mempelajari berbagai sumber dari buku, jurnal, referensi, literatur, dan hal lain terkait dengan penelitian ini guna memperoleh data-data yang akan menjadi landasan atau acuan penelitian.

Dalam mengumpulkan informasi, peneliti menggunakan kuisisioner atau angket melalui *google form* yang disebarkan kepada 160 responden. Kemudian instrumen tersebut diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala ini juga dikenal sebagai *summated scale* sebagai alat yang sering digunakan dalam ilmu sosial terutama untuk pengukuran sikap seseorang (Ghozali, 2018). Dengan

Fajar Wulan Ardiani, 2021

PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP KONSUMEN MUSLIM, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK KOSMETIK KOREA SELATAN (SURVEI PADA MAHASISWI MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan dalam bentuk indikator dan instrumen. Selanjutnya, instrumen tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam bentuk pertanyaan penelitian yang perlu dijawab oleh responden. Berikut pembobotan skor yang digunakan untuk pilihan jawaban yang diberikan:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Sesuai / Selalu	5
Sesuai / Sering	4
Kurang Sesuai / Kadang	3
Tidak Sesuai / Pernah	2
Sangat Tidak Sesuai / Tidak Pernah	1

Setelah memperoleh data yang dibutuhkan dan jumlah responden telah terpenuhi, maka langkah selanjutnya yakni mengolah data tersebut dengan mengkategorikan masing-masing variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut. Berikut rumusan untuk pengkategorian variabel yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.3:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$((\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma))$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Keterangan :

X = Skor Empiris

μ = rata-rata teoritis = (skor min + skor maks)/ 2

σ = simpangan baku teoritis = (skor maks-skor min)/ 6

3.3.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.3.4.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang digunakan harus memenuhi dua syarat utama yaitu valid dan reliabel. Instrumen dikatakan valid menandakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin dicapai. Penelitian ini akan menguji validitas instrumen menggunakan rumus *Person Product Moment*, sebagai berikut (Arikunto, 2014):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i X_2) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Fajar Wulan Ardiani, 2021

PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP KONSUMEN MUSLIM, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK KOSMETIK KOREA SELATAN (SURVEI PADA MAHASISWI MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien validitas yang dicari
 X = skor yang diperoleh dari subjek tiap item
 Y = skor *total item instrument*
 $\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
 $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y
 N = jumlah responden

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan nilai α yakni 0,05. Selanjutnya koefisien korelasi yang diperoleh akan dibandingkan dengan tabel korelasi nilai r derajat kebebasan $(N-2)$ dimana N merupakan banyaknya responden. Adapun kriteria validitas instrumen didasarkan pada ketentuan berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, berarti instrumen pertanyaan pada penelitian ini memiliki korelasi signifikan terhadap skor total atau dapat dikatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, berarti instrumen pertanyaan pada penelitian ini tidak memiliki korelasi signifikan terhadap skor total atau dapat dikatakan tidak valid.

Dalam pengujian validitas data, peneliti melakukan pra-penelitian terhadap 30 responden dengan memberikan seluruh instrumen dari variabel yang diujikan pada penelitian ini. Dimana variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah kesadaran halal (X_1) yang terdiri dari 14 pernyataan, sikap konsumen muslim (X_2) yang terdiri dari 7 pernyataan, religiositas (X_3) yang terdiri dari 10 pernyataan, dan *purchase intention* (Y) terdiri dari 6 pernyataan. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan alat bantu software SPSS 26 menggunakan rumus *Person Product Moment*. Setelah hasil diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel dimana nilai r tabel pada penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut $df = n - 2$ atau $30 - 2 = 28$ dengan signifikansi 0.05 sehingga diketahui nilai r tabel 0,3610. Hasil data pengujian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas X₁ (Kesadaran Halal)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,431	0,3610	Valid
2	0,437	0,3610	Valid
3	0,752	0,3610	Valid
4	0,918	0,3610	Valid
5	0,650	0,3610	Valid
6	0,156	0,3610	Tidak Valid
7	0,568	0,3610	Valid
8	0,891	0,3610	Valid
9	0,846	0,3610	Valid
10	0,599	0,3610	Valid
11	0,912	0,3610	Valid
12	0,778	0,3610	Valid
13	0,545	0,3610	Valid
14	0,112	0,3610	Tidak Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas X₂ (Sikap Konsumen)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,687	0,3610	Valid
2	0,666	0,3610	Valid
3	0,758	0,3610	Valid
4	0,604	0,3610	Valid
5	0,570	0,3610	Valid
6	0,786	0,3610	Valid
7	0,762	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas X₃ (Religiositas)

No	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,582	0,3610	0,05	Valid
2	0,601	0,3610	0,05	Valid
3	0,546	0,3610	0,05	Valid
4	0,674	0,3610	0,05	Valid
5	0,796	0,3610	0,05	Valid
6	0,748	0,3610	0,05	Valid
7	0,438	0,3610	0,05	Valid
8	0,414	0,3610	0,05	Valid
9	0,601	0,3610	0,05	Valid
10	0,515	0,3610	0,05	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Y (*Purchase Intention*)

No	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,854	0,3610	0,05	Valid
2	0,865	0,3610	0,05	Valid
3	0,875	0,3610	0,05	Valid
4	0,860	0,3610	0,05	Valid
5	0,794	0,3610	0,05	Valid
6	0,680	0,3610	0,05	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.4 – 3.7, diketahui bahwa pada variabel kesadaran halal (X_1) terdapat indikator pernyataan yang tidak lolos uji dimana nilai r hitung lebih rendah dari nilai r tabel, sehingga perlu adanya pengurangan pada instrumen tersebut agar indikator yang digunakan penelitian ini menghasilkan data yang akurat.

3.3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat pengumpulan data sehingga suatu instrument dapat dipercaya (Supranto & Limakrisna, 2016). Data yang dihasilkan dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden stabil atau konsisten. Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2014):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} : Reabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir

σt^2 : Varian total

Rumus varian adalah (Arikunto, 2014):

$$\sigma t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

σt^2 : Harga varians total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor total

$(\sum X)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N : Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Menurut Kusnendi (2018), keputusan pada uji reliabilitas dapat diambil dengan memperhatikan nilai *croanbach's alpha*, dimana:

1. Jika nilai *croanbach's alpha* $> 0,60$, maka instrumen dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *croanbach's alpha* $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Berikut di bawah ini hasil uji reliabilitas dari variabel kesadaran halal, sikap konsumen muslim, dan religiositas yang disebarakan terhadap 30 responden:

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Realibilitas Variabel X₁, X₂, X₃, Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
Kesadaran Halal	0,875	0,6	Reliabel
Sikap Konsumen	0,788	0,6	Reliabel
Religiositas	0,775	0,6	Reliabel
<i>Purchase Intention</i>	0,892	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel kesadaran halal (X₁), sikap konsumen muslim (X₂), dan religiositas (X₃) menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 sehingga setelah dari kedua pengujian yakni validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan tentang pengaruh variabel X₁, X₂, dan X₃ terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan sebagai salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini salah satunya yakni Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinieritas.

3.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model penelitian, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.

Fajar Wulan Ardiani, 2021

PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP KONSUMEN MUSLIM, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK KOSMETIK KOREA SELATAN (SURVEI PADA MAHASISWI MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model penelitian akan dikatakan baik apabila memiliki distribusi data yang normal atau penyebarannya berada di sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2018). Pada uji ini dapat dilihat dengan melakukan uji t dan uji F. Pengujian normalitas dalam penelitian ini secara analitis menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dan uji histogram. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji *kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut: (Rohmana, 2013)

1. Jika $\alpha > 0,05$ maka data yang tersebar berdistribusi normal.
2. Jika $\alpha < 0,05$ maka data yang tersebar berdistribusi tidak normal.

3.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Pada uji ini dilakukan untuk melihat ada tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam analisis regresi linier berganda. Apabila memiliki terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independennya berarti mengindikasikan adanya gangguan pada hubungan variabel independen dengan dependennya. Selanjutnya, indikasi tersebut dapat dilihat dari nilai *tolerance value* atau nilai *variance inflation* (VIF) dimana batas dari *tolerance value* adalah dibawah 0,10 atau nilai VIF diatas 10 (Ghozali, 2018). Adanya indikasi multikolinieritas juga dapat terjadi jika koefisien antar variabel independen lebih besar dari 0,80 dan dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien hubungan linier antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,80.

3.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi penelitian terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada data diantaranya menggunakan grafik *Scatterplot* dengan melihat ada tidaknya suatu pola tertentu pada grafik (Ghozali, 2018). Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan diantaranya sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu, dimana titik yang ada membentuk pola teratur seperti bergelombang, melebur kemudian menyempit, maka pola tersebut mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas pada data.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, dimana titik-titik menyebar tidak beraturan seperti di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka pola tersebut mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas pada data.

Selain itu, untuk melakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat pula dilakukan dengan menggunakan metode uji glejser sehingga dapat diketahui bahwa data yang diperoleh lebih akurat. Data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari nilai alpha (0,05) dan sebaliknya (Ghozali, 2018).

3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Kesadaran Halal, Sikap dan Religiositas terhadap *Purchase Intention* pada produk kosmetik asal Korea Selatan. Adapun cara menentukan persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen sebagai berikut (Algifari, 2013):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = *Purchase Intention*
- β_0 = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien
- X_1 = Pengaruh Kesadaran Halal
- X_2 = Sikap
- X_3 = Religiositas

3.4.3 Uji Hipotesis

3.4.3.1 Pengujian secara Parsial (Uji t)

Merupakan suatu prosedur yang mana hasil sampel dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran atau kesalahan hipotesis nul (H_0). Keputusan untuk menerima atau menolak H_0 dibuat berdasarkan nilai uji statistik yang diperoleh dari data. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 dengan langkah-langkah sebagai berikut: (Rohmana, 2013)

1. Menghitung nilai statistik t (t hitung) dan mencari nilai-nilai t kritis dari tabel distribusi t pada α dan *degree of freedom* tertentu.

Adapun nilai t hitung dapat di cari dengan formula berikut:

$$t = \frac{\beta_1(b \text{ topi}) - \beta_1^*}{se(\beta_1)(b \text{ topi})}$$

Dimana β_1^* merupakan nilai dari hipotesis nol atau secara sederhana t hitung dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_i}{Se_i}$$

2. Membandingkan nilai t hitung dengan t kritis (t tabel) dengan $\alpha = 0,05$

Keputusannya menerima atau menolak H_0 , sebagai berikut:

- a. Jika t hitung \leq nilai t kritis pada $\alpha = 0,05$

Maka H_0 diterima atau H_A ditolak, artinya variabel itu tidak berpengaruh.

- b. Jika t hitung $>$ nilai t kritis pada $\alpha = 0,05$

Maka H_0 ditolak atau H_A diterima, artinya variabel itu berpengaruh.

Kemudian, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dalam ditulis secara statistik sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap *purchase intention*.

$H_A : \beta_1 > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap *purchase intention*.

2. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta_2 \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara sikap konsumen muslim terhadap *purchase intention*.

$H_A : \beta_2 > 0$, artinya terdapat pengaruh antara sikap konsumen muslim terhadap *purchase intention*.

3. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta_3 \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara religiositas terhadap *purchase intention*.

$H_A : \beta_3 > 0$, artinya terdapat pengaruh antara religiositas terhadap *purchase intention*.

4. Hipotesis Keempat

$H_0 : \beta_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kesadaran halal, sikap konsumen muslim, dan religiositas terhadap *purchase intention*.

$H_A : \beta_4 > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kesadaran halal, sikap konsumen muslim, dan religiositas terhadap *purchase intention*.

3.4.3.2 Pengujian secara Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menggabungkan variabel independen secara bersama-sama (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh (signifikan) atau tidak berpengaruh (Rohmana, 2013). Pengujian dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mencari F hitung dengan formula sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

2. Setelah diperoleh F hitung

Kemudian mencari nilai F tabel berdasarkan besaran nilai $\alpha = 0,05$ dan df dimana besaran nilai ditentukan oleh numerator ($k-1$) dan df untuk denominator ($n-k$).

3. Membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel

Adapun ketentuan pada uji F sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Maka H_0 diterima dan H_A ditolak artinya bahwa keseluruhan variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Maka H_0 ditolak dan H_A diterima artinya bahwa keseluruhan variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.4.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu garis regresi. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen (Rohmana, 2013).

Nilai R^2 disebut juga koefisien determinasi. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variansi variabel dependen dijelaskan oleh semua variabel independen. R^2 dinamakan koefisien determinasi atau koefisien penentu. Nilai koefisien determinasi diperoleh dengan menggunakan formula sebagai berikut:

Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 semakin mendekati angka 1

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = \frac{\sum \hat{y}_i^2}{\sum y_i^2}$$

$$R^2 = \frac{b_{12.3} \sum X_{2i} Y_i + b_{13.2} \sum X_{3i} Y_i}{\sum Y_i^2}$$

Maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin erat/dekat dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik.

2. Jika nilai R^2 semakin menjauhi angka 1 atau mendekati 0

Maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen jauh/tidak erat dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.